

Visibilización y reconocimiento de V-DIG Producciones por medio del fortalecimiento de sus
redes sociales digitales y no digitales, para el posicionamiento de su marca

Ensayo

Realizado Por:

Jonathan Rengifo Silva

Tutor:

Víctor Hugo López Yara

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades ECSAH

Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación

Programa de Comunicación Social

CCAV-Pasto, diciembre de 2019

Tabla de contenido

| | |
|--|---|
| Resumen..... | 3 |
| Visibilización y reconocimiento de Vi –Dig Producciones por medio del fortalecimiento de sus redes sociales digitales y no digitales, para el posicionamiento de su marca..... | 4 |
| Conclusiones..... | 8 |
| Referencias..... | 9 |

Resumen

El presente documento aborda la manera en que la visibilización y el reconocimiento de Vi –Dig Producciones por medio del fortalecimiento de sus redes sociales digitales y no digitales, permite el posicionamiento de su marca brindando a sus estudiantes y egresados mayores espacios para su desarrollo profesional en los que a su vez podrán contribuir con el incremento en dicho posicionamiento. Esto ayudará a que tanto los comunicadores como las OSP den la relevancia adecuada a la comunicación participativa de las PSO y al fortalecimiento de las redes sociales de comunicación, para propiciar procesos comunicativos que brinden espacios de desarrollo y participación en la comunidades donde estén insertos.

Palabras clave: redes sociales, producción audiovisual, comunicación participativa.

Visibilización y reconocimiento de V-DIG Producciones por medio del fortalecimiento de sus redes sociales digitales y no digitales, para el posicionamiento de su marca

Este ensayo se realiza en el marco del trabajo final del Diplomado de Construcción de Redes Sociales de Comunicación, como opción de trabajo de grado para optar por el título de comunicador social.

La Fundación Vi-Dig Producciones, una organización de producción audiovisual, de carácter auto sostenible, es un espacio abierto para egresados recientes de carreras afines a lo social, en la que se les permite adquirir experiencia laboral con el propósito de que luego, estos profesionales puedan acceder a cargos en entidades públicas y/o privadas. El ejercicio de su labor resulta interesante porque representa una oportunidad invaluable para quienes se encuentran en el tránsito de la vida académica a la laboral.

Su estrategia de promoción en universidades, voz a voz, redes sociales, los consolida como una opción real para jóvenes que egresan de las Instituciones de Educación Superior sin experiencia, logrando así una visibilización y reconocimiento para el fortalecimiento de una comunicación participativa que permite la inclusión social. El objetivo de este trabajo es realizar un reconocimiento a esta organización, de manera que jóvenes que egresan de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia y otras instituciones opten por considerar esta organización como una puerta abierta a su futura vida como profesionales.

Vi-Dig Producciones nació de la necesidad de ver tantos profesionales que no tienen la oportunidad de ejercer su profesión inmediatamente egresan de las universidades, debido a la falta de experiencia laboral. En el 2012 el Señor Ángel José Cuenú, fundador, egresado de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia envuelto en esta misma condición, decidió poner en marcha esta idea; al inicio buscó apoyo en instituciones como el SENA, productoras reconocidas

en la región y el apoyo fue negativo; sin embargo, mantuvo su idea e incluyó a varios familiares y egresados de la UNAD, que aunaron fuerzas para darle vida a este proyecto.

Con pocos equipos, comenzaron a hacer algunos productos audiovisuales de óptima calidad (pues este es su lema), que se publicaron en redes sociales.

Poco a poco, se vincularon más interesados y ahora la Fundación la conforman 14 miembros, con sedes en Tumaco y Pasto. La Visibilización y reconocimiento de Vi –Dig Producciones para el fortalecimiento de una comunicación participativa ha permitido la inclusión social, elemento importante para esta fundación, quienes por medio de la inclusión de jóvenes de diversas condiciones han podido sobresalir hasta el punto de sentirse confiados y listos para aspirar a cargos en empresas públicas y privadas.

En un país como Colombia donde la tasa de desempleo para el 2019 fue de 9,5 según el DANE, el acceso a la empleabilidad formal y la falta de oportunidades laborales desde la empresa hacia los recién egresados, lleva a que esta fundación ponga en marcha su proyecto para poder suplir esta necesidad donde permitiendo una comunicación participativa que genere procesos dinámicos de interacción y retroalimentación desde el sentir de los grupos sociales.

La comunicación es de doble vía y hay una participación activa de emisores y receptores de esta, pasando de un proceso vertical a horizontal. Por eso es necesario profundizar en aquellos procesos comunicativos combinados desde la edu-comunicación, y comunicación para el cambio social lo alternativo y la generación desde el conocimiento propio, al respecto López (2012) señala:

La comunicación participativa, como práctica social y como objeto de estudio, tiene como aspecto particular ser dinamizada por grupos sociales con propósitos de movilización de sus integrantes que, de manera organizada, gestionan mejores condiciones de vida, generalmente en contradicción y lucha contra poderes establecidos. Se diferencia de las

prácticas informacionales que limitan su acción al clásico esquema transmisivo lineal y unidireccional de emisor, mensaje, receptor (E-M-R). (p.43)

Pasto capital de Nariño, tiene más de 480.000 habitantes, pero no contaba con una empresa o entidad enfocada directamente al campo de producción de audiovisuales; es así como a partir del trabajo de VI-Dig florece un sin fin de talentos en todos los sectores profesionales y aún más en el diseño.

Las relaciones que entable Vi – Dig Producciones con otros sectores o actores, le ayudarán a crecer como empresa ya que pueden contar con nuevos talentos y suplir la necesidad que hay en el mercado de Pasto y el sector Pacífico, siendo una productora de videos que también cubre el campo de diseño, edición, fotografía, modelos, logos y otros productos y servicios del sector.

Esta fundación se encuentra en la capacidad de poder abarcar los eventos sociales de manera total manejando calidad y precio en asequibles en comparación con los precios prestan este servicio en forma adicional a su labor. Por ende, buscaría convenios con diversas Universidades, auditorios, alcaldía y gobernación para cubrir sus eventos con la capacidad de cumplir sus exigencias y lograr una aceptación en todos los campos que se aplica el área audiovisual. Tendrá como opción unos planes de financiación al alcance para talentos locales y jóvenes que emprenden es el medio artístico, dándoles confiabilidad en su producto apoyando su publicidad y buscando la satisfacción del artista. La interacción descrita se puede potenciar por medio del fortalecimiento de las redes sociales de la OSP, en este sentido Vélez, (2011) señala:

Una innovación tecnológica no necesariamente se rige por la relación entre sujetos o las estructuras institucionales, más bien, se utilizan los mecanismos que se tengan a disposición para producir un resultado deseado. Las herramientas hacen parte de las estructuras sociales en su conjunto. (párr. 21)

Al ser una productora audiovisual, se puede proyectar más allá del espacio geográfico de Nariño con la posibilidad de mostrar la capacidad de abarcar otros lugares en el territorio nacional, para esto podría implementar el mismo “protocolo de socialización” que se ha usado en anteriores proyectos, que consiste en que Vi:-Dig Producciones inicia sus procesos comunitarios con una charla del líder del proyecto, se le informa a la comunidad quienes son como organización, su historia y sus expectativas con los videos, cortometrajes, pistas o videos musicales en los que participará la comunidad y a partir de allí se comienza una construcción participativa que realmente puede involucrar a todos los actores.

Por otro lado, este enfoque comunitario es relevante porque permite la promoción de la cultura del servicio entre la población, les ayuda a visualizar y reflexionar sobre las problemáticas que les aquejan, sus necesidades y se les empodera para que puedan verse capaces de auto gestionar sus propios asuntos, Kamlongera y Mafalopulos (2008) indican al respecto que:

Es un esfuerzo sistemático que envuelve a la comunidad para que activamente participe en la resolución de un tema específico de desarrollo, a través de medios y métodos de comunicación. Este enfoque tiene como fin congrega a toda la comunidad para trabajar juntos con el fin de alcanzar beneficios para todos. (p.26)

Se evidenció que hay grandes posibilidades de fortalecer las redes sociales como elemento que apoye y fortalezca el desarrollo de la misión de la OSP, ya que al indagar al respecto entre los miembros de la OSP, es claro que se podrían establecer muchas más relaciones con diferentes estamentos y sectores sociales; es por ello que como producto de la Investigación Acción realizada, se propuso una estrategia enfocada en lograr la visibilización y reconocimiento de V-DIG Producciones por medio del fortalecimiento de sus redes sociales digitales y no digitales, para el posicionamiento de su marca.

La comunicación y las redes sociales comparten un término de alta relevancia pero que ha estado disociado en sus estudios: relación social. La polisemia del término permite esta disociación, lo que implica disociación también de ambas génesis. En otras palabras, la relación social vista como intercambio o flujo ha diferido de la relación social como construcción de sentido. (Vélez, 2011, párr.56)

Conclusiones

La Investigación Acción realizada con la OSP V-Dig, permitió generar una sinergia entre lo que el estudiante-investigador y la OSP aportaron, por un lado desde el Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación se generó una estrategia en perspectiva de red social dirigida a fortalecer comunicacionalmente a la OSP, por otro lado la OSP le brindó al investigador la posibilidad de entrar en contacto con una praxis comunicativa que amplía sus perspectiva en el contexto en donde él posteriormente desarrollará su actividad profesional.

A partir de esta sinergia, de esta relación gana-gana, se abren las puertas no solo para el desarrollo de la OSP, sino también para que ese desarrollo impacte muy positivamente en las posibilidades que los nuevos comunicadores tendrán en el contexto nariñense y del pacífico colombiano.

Finalmente hay que resaltar que la comunicación participativa, manifestada en la contribución de los miembros de la OSP en la proyección de sus planes de acción y en la interacción con la comunidad, demuestra ser la manera correcta como se debe abordar la construcción de un proyecto que tenga pretensiones verdaderamente sociales.

Referencias

- DANE. (2019). Gran encuesta integrada de hogares (GEIH) Mercado laboral. Recuperado de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>
- López, J. (2012). Breve recorrido por la investigación en la Comunicación Participativa de Latinoamérica. Revista Desbordes. Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades, UNAD. Recuperado de <http://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/desbordes/article/view/1192/1555>
- Kamlongera, C., & Mafalopulos, P. (2008). Diseño participativo para una estrategia de comunicación. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), Roma. 2da Ed. Recuperado de: <http://www.fao.org/docrep/011/y5794s/y5794s00.htm>
- Vélez, G. (2011). Exploración de las relaciones entre redes sociales y comunicación. En Razón y Palabra (61). Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n61/gvelez.html>